handelsblatt.com | 24. Juli 2008 | Nr. 142

Legal success

Handelsblatt

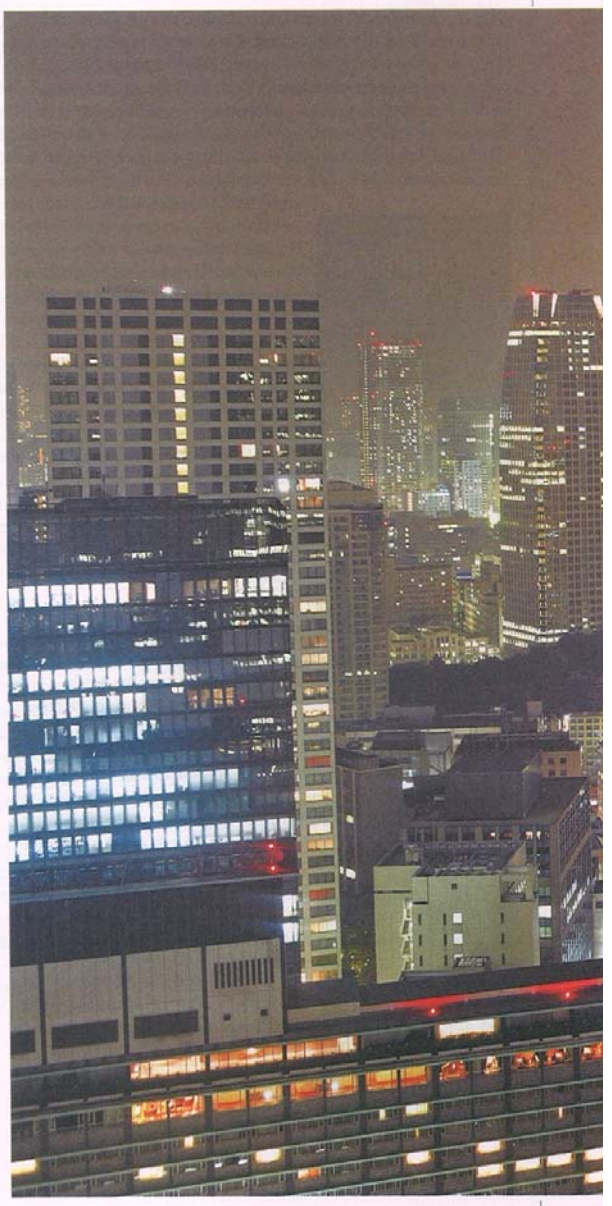
Scout für Japan

Seit 22 Jahren ist der Deutsche **Markus Janssen** Anwalt in Tokio. Er schätzt die Flexibilität und Offenheit der Japaner.

Wie Prozessfinanzierer Unternehmen das Klagerisiko abnehmen // Microsoft-Juristin Belz über Inhouse-Anwälte // Was das neue Investitionsmodell SPAC so attraktiv macht

Seit 22 Jahren ist der Deutsche **Markus Janssen** Anwalt in Tokio. Er mag die Japaner – fast immer.

Banane oder Mango?



Von seinem Club im 37. Stock eines Wolkenkratzers aus hat Janssen die **Skyline von Tokio** im Blick.

So agieren Meisterhände. Flink bewegen sie sich, aber ohne Hast, jeder Handgriff sitzt. Die Beute ist noch nicht lange tot; jetzt beginnt der kleine Mann, sie systematisch zu zerlegen. Der weiße Kimono hat ein Stück seiner Brust freigegeben, während er wortlos arbeitet, das höllisch scharfe Messer in seiner Hand schneidet das glänzende, fette Thunfisch-Fleisch in hauchdünne Streifen. Dann platziert er es auf einen kleinen Haufen aus weißem, sanft klebenden Reis. „So ein Ort", sagt Markus Janssen, nachdem er dem Mann eine Zeit lang still zugesehen hat, „hundert Meter neben der Stadtautobahn, das ist für mich Tokio, in direkter Nachbarschaft zum Arc Hills Club auf der anderen Seite."

Wir sind im Tokioter Stadtteil Akasaka. Von der belebten Hauptstraße, auf der gelbe, orange und grüne Taxis einander jagen und die noch von einem auf Stelzen gebauten Highway überragt wird, sind wir abgebogen in eine schmale Seitengasse. Plötzlich ist es nahezu still. Janssen ist auf einen winzigen Hauseingang zugesteuert und hat die Tür geöffnet. „Hätten Sie das hier erwartet?" Eine kleine Sushi-Bar, gerade einmal sechs Personen passen an die Theke, hinter der der kleine Japaner im Kimono kurz innehält, die Neuankömmlinge höflich grüßt und dann weiter seiner Arbeit nachgeht.

Für Janssen aber darf es nicht bleiben bei dieser Sicht auf die Stadt. Erst die Gegensätze ergeben für ihn das volle Bild; nur wer die Unterschiede kennt, erkennt auch die Schnittmengen. Zwei Stunden später wird er in einem schweren Clubsessel sitzen, eine Zigarre rauchen, exquisiten Rotwein trinken und vom 37. Stock auf das nicht enden wollende Lichtermeer der mondänen japanischen Metropole blicken. Dort unten, nicht mehr zu erkennen, liegt nun der Sushi-Laden, die urbane Oase, das Leben im Kleinformat. „Tokio ist eben beides", sagt Janssen. „Ein Jazz-Akkord von Moloch-Metropole und Dorf."

Der 52-jährige Jurist Markus Janssen kennt Tokio gut. Er hat es geschafft, als deutscher Anwalt in dieser Stadt sein Glück zu finden, er lebt hier nicht nur seit 22 Jahren, sondern hat es auch zu einer Partnerschaft in einer der großen Law Firms der Welt gebracht, der US-Kanzlei Baker & McKenzie.

Grund genug, ihm einen Besuch abzustatten. 22 Jahre in Tokio, und nicht einmal bereut? Während der Koch Abalone – Seeohren – serviert, kramt Janssen in seinem Gedächtnis. Doch, zwei Mal wäre er fast gegangen. Aber, ach, erst einmal will er essen.

Zeit für Fakten. Ob New York, Rio oder Tokio, die Advokatenwelt ist längst global geworden. Insbesondere Wirtschaftsanwälte müssen heute weltweit agieren, denn ihre Mandanten tun es auch. „Cross-border Investments"

heißt das Zauberwort, das es vor 20 Jahren wahrscheinlich noch gar nicht gab und das nun täglich die Aktivitäten der Wirtschaftsjuristen bestimmt. Die grenzüberschreitenden Investitionen ihrer Mandanten müssen die Juristen begleiten.

Für den Standort Japan heißt das: Will ein deutsches Unternehmen hier Fuß fassen, sucht es sich am besten einen Scout vor Ort, der die Wege kennt, die Eigenheiten, der weiß, wie die Geschäfte laufen, wie das Recht hier angewendet wird. Will umgekehrt ein japanischer Konzern nach Deutschland expandieren, kann es sinnvoll sein, sich zunächst im eigenen Land von einem deutschen Anwalt beraten zu lassen, bevor man räumliche und kulturelle Grenzen überschreitet.

Markus Janssen ist ein solcher Scout. Er versteht sich als Transformator, der beim Überbrücken kultureller und rechtlicher Unterschiede hilft. „Es geht nicht um bloße Übersetzung", sagt Janssen, „sondern um strukturelle Transformation von einem Rechtssystem in das andere."

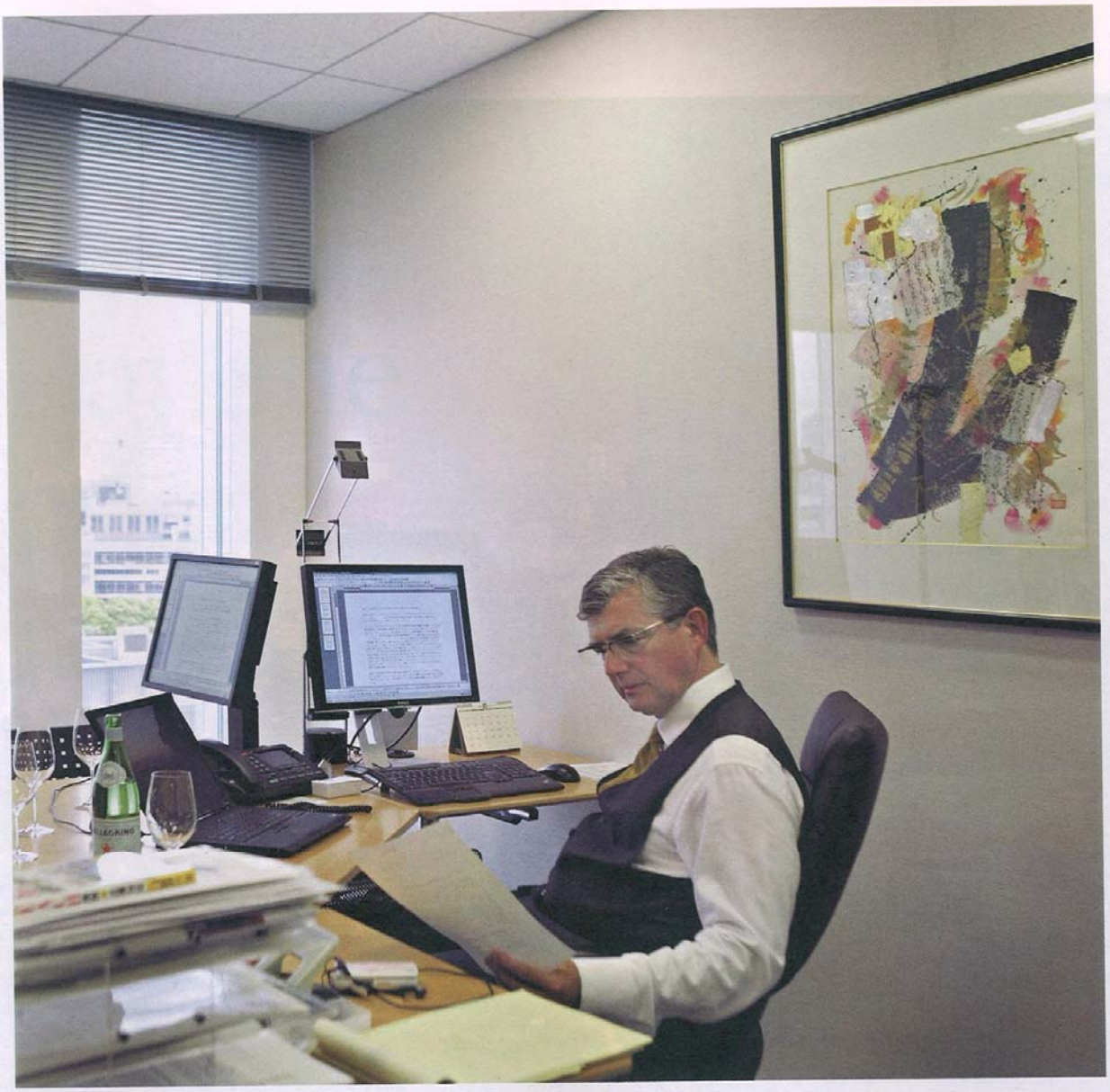
„Es geht nicht um Übersetzung, sondern um **strukturelle Transformation** von einem Rechtssystem in das andere."

Bei Baker & McKenzie leisten das allein in Tokio rund 100 japanische Anwälte – und knapp 40 Ausländer. Ähnlich groß ist die Kanzlei in ganz Deutschland vertreten. Weltweit beschäftigt das US-Rechtsunternehmen rund 3 400 Anwälte und über 6 600 Mitarbeiter; 2006 betrug der Umsatz der Kanzlei 1,52 Milliarden Dollar.

Die Arbeit in Japan ist dabei besonders diffizil, denn der Anwaltsmarkt hier ist stark reguliert. Das Jura-Studium in Japan gilt als schwierig, und nur eine vorher festgelegte Zahl an Kandidaten darf jedes Jahr bestehen – eine Regelung, die vor dem deutschen Verfassungsgericht sicher keinen Bestand hätte.

Nur wenige Ausländer haben eine Zulassung, im japanischen Recht zu beraten. Janssen ist – wie die meisten eingewanderten An-

Text: Jan Keuchel
Fotos: Paolo Patrizi



wälte – nicht nur ein „gaijin", ein Ausländer, sondern auch ein „gaikoku jin bengoshi" oder kurz „gaiben" – in der etwas bürokratisch klingenden Übersetzung ein „Auslandsrechtsdienst-Anwalt". In der Praxis heißt das: Beratung im japanischen Recht ist nur zusammen mit einem japanischen Anwalt erlaubt.

Während Janssen dies alles erklärt und auch keinen Zweifel daran lässt, dass er trotz der arbeitsrechtlichen Einschränkung über reichlich Kenntnis des japanischen Rechts verfügt, dippt er ein Sushi-Stück mit O-Toro, dem besten, weil fettesten Thunfisch-Fleisch, in die Soja-Sauce. Den Nigiri – den Ballen Reis mit einer Scheibe Fisch obendrauf – nimmt Janssen in die Hand, denn auch eingeweihte Deutsche wissen: In Japan isst man keineswegs alles mit Stäbchen.

Zwischendurch wechselt er in fließendem Japanisch ein paar Worte mit dem Sushi-Meister, und wenig später kommt die Hilfskraft und lässt Sake mit kleinen Eisstücken aus einem ausgehöhlten Bambusrohr in die Gläser fließen. „Kanpai!" Alkohol, dass wissen wiederum eingeweihte Japaner, entspannt auch Deutsche.

„Baker & McKenzie ist sehr **viel flexibler** als erwartet."

Janssen sieht an diesem Abend aus, wie man sich wohl überall auf der Welt einen deutschen Anwalt vorstellt: klassische Optik, etwas zu korrekt. Dunkler Anzug mit Weste, gelbe Krawatte mit passendem Einstecktuch, dazu graumelierte Haare und Brille. Doch im Laufe des Abends schwindet das Vorsichtige, auch in seiner Konversation, und macht überraschenden Einsichten Platz. Und so kommt es, dass Janssen plötzlich unerwartet bildlich erklärt, wie er die Japaner sieht und was er ihnen wünschen würde. Zum Beispiel, dass sie weniger Banane sein sollten, dafür aber mehr Mango. Aber gehen wir vor der Erklärung erst einmal in seinen Club.

Der Club liegt nur wenige Meter von dem Sushi-Restaurant entfernt, in einem der Wolkenkratzer, die hier alle eigene Namen haben, damit man in dieser Stadt, die kaum Straßennamen hat, aber vor allem keine Straßenschilder, nicht die Orientierung verliert. Es herrscht Krawattenzwang, wer „underdressed" ist, bekommt einen vorgefertigten Schlips in weinrot oder schwarz umgebunden.

Oben, im 37. Stockwerk, in das der Aufzug hinauf fliegt, gibt es Wein, Zigarren, gedämpfte Unterhaltung, eine beeindruckende Le-Corbusier-Sammlung und einen atemberaubenden Blick auf den orange leuchtenden Tokio Tower und das schicke, etwas seelenlose Geschäftsviertel Shiodome. „Diese ganze Skyline von Shiodome gab es vor sieben Jahren noch gar nicht", sagt Janssen. „Das ist ein starker Ausdruck des enormen Wachstumspotenzials Tokios."

Janssen liebt die **Unterschiede**, die Tokio ausmachen. Dazu gehören Bürotürme wie der, in dem sein Büro (li.) ist ebenso wie seine Lieblings-Sushibar, in der an der Sushi-Theke gerade Platz für sechs Gäste ist (re.).

Janssens Werdegang ist Ausdruck eines erstaunlichen Fernwehs. Schon in der Schulzeit liest der gebürtige Kölner viele Bücher über Japan, und als es ans Studieren geht, hat er tatsächlich das Ziel, dort Anwalt zu werden. „Ich wollte Europa von außen sehen und dieses Land kennenlernen, das dem Imperialismus getrotzt hat und in der Lage war, selbst zum Imperialisten zu werden. Auch wenn ich natürlich Imperialismus verurteile, war das Nachholen von gut 200 Jahren technisch-zivilisatorischer Entwicklung in den letzten 30 Jahren des 19. Jahrhunderts eine faszinierende Leistung." So begründet Janssen heute seinen Wunsch – und es klingt ein wenig zu akademisch für die Gedankenwelt eines Abiturienten. Nach dem Studium in Köln und der Referendariatszeit in Berlin scheint das Thema Fernost auch erst einmal wieder vom Tisch.

In Berlin gründet Janssen mit Kollegen eine heute unter dem Namen „Gaßner, Groth, Siederer" geführte Kanzlei, die sich auf Umweltrecht spezialisiert. „Da hatte ich Japan vollständig vergessen." Doch dann kehrt eine Freundin aus Japan nach Deutschland zurück, und Janssens alte Leidenschaft für das Land flammt wieder auf. Die Freundin rät ihm, sich an den DAAD, den Deutschen Akademischen Austauschdienst, zu wenden. Er bewirbt sich – und erhält tatsächlich ein Stipendium.

„Die Entscheidung ist mir natürlich nicht ganz leicht gefallen", sagt Janssen rückblickend. Die Kanzlei lief, er verdiente Geld. „Meine Partner damals haben mir – verständli-

Im Tokioter Büro von Baker & McKenzie arbeiten 100 japanische Anwälte und knapp 40 Ausländer. **Weltweit** beschäftigt das US-Unternehmen rund **3 400 Anwälte** und über 6 600 Mitarbeiter.

cherweise – gesagt: Wenn du das machst, bist du bei uns raus." Janssen geht trotzdem, da ist er gerade 30 geworden.

„Alles trägt einen ganz deutschen Charakter, ich habe wirklich auf dem Lande sehr viel Ähnlichkeit getroffen. Häuser mit Strohdächern, wie die Bauernhäuser in Oldenburg" – das schreibt nicht Janssen, als er in Japan eintrifft, sondern der erste kaiserliche Gesandte, Karl von Eisendecher, am 21. September 1860 an seine Familie. Es ist von Eisendechers erste Begegnung mit einer fremden Kultur, die ihn Zeit seines Lebens nicht mehr loslassen wird.

Janssens erste Eindrücke vom Land der aufgehenden Sonne sind nicht völlig anders. Japaner und Deutsche seien sehr verschieden und doch wieder sehr ähnlich, sagt er. „Eine Mischung aus Verwandtschaft und völligem Unterschied."

Er wohnt zeitweilig in einem Tempel, lernt die Sprache, er absolviert verschiedene Praktika insbesondere bei Banken, am Schluss landet er bei der Westdeutschen Landesbank, der WestLB, in Tokio. Die bietet ihm einen Job an, zwei Jahre bleibt er dort, doch dann will er wieder zurück in die Juristerei.

1990 geht er zu Sonderhoff und Einsel, die älteste von deutschen betriebene Kanzlei in Japan. Sieben Jahre später wechselt er zu Haarmann Hemmelrath & Partner; wiederum einige Jahre später macht er sich mit dem „Janssen Foreign Law Office (JAFLO)" selbstständig.

Im April 2007 dann schlüpft der Jurist bei Baker & McKenzie unter und nimmt alle Mitglieder seiner Zehn-Mann-Sozietät mit. Die Rechtsfirma aus den USA ist ein Schweizer Verein, unter dessen Dach die lokalen Landes-Büros eigenständig agieren. „Na klar hatte ich Angst vor Freiheitsverlust. Aber die hat sich als unbegründet erwiesen", sagt Janssen, und dann folgt ein Satz wie aus einem Werbefilm: „Baker & McKenzie ist sehr viel flexibler als erwartet und trägt den Prinzipal als eigenverantwortlichen Unternehmer in einem starken globalen Netzwerk."

„Ich wollte dieses Land kennenlernen, das **dem Imperialismus getrotzt** hat und in der Lage war, selbst zum Imperialisten zu werden."

Weniger flüssig strömen die Sätze, wenn die Sprache auf die Namen von Janssens Mandanten kommt. Aus seiner Vita, die die Kanzlei zur Verfügung gestellt hat, geht hervor, dass er sowohl Großkonzerne als auch kleinere Unternehmen berät und vertritt. Mal geht es um einen europäischen Stahlkonzern, der seine japanische Filiale restrukturieren will, dann um den Kauf eines Nanotechnologie-Startups durch ein japanisches Unternehmen. Mit seinem Team bietet Janssen sowohl das Entwerfen von Verträgen als auch „Due Diligence" an, also die Prüfung eines begehrten Kaufobjekts auf Herz und Nieren. 2004 etwa hat er im Auftrag eines europäischen Pharma-Konzerns einen Teil eines japanischen Pharmazie-Unternehmens durchforstet.

Und die Namen der betreuten Firmen? „Welche großen Mandanten er zur Zeit betreut bzw. welche großen Mandate er hatte, liefern wir noch nach", hatte seine Kanzlei beim Erstkontakt angekündigt. Im Gespräch dann gibt sich Janssen plötzlich zugeknöpft. „Mehr als die Hälfte der Mandanten haben zum Ausdruck gebracht, dass sie ihren Anwälten ungern erlauben möchten, mit ihrem Namen zu werben." Also keine Namen.

Selbst dass er Mitglied im Kaiserlichen Ten-

nisclub ist und damit sozusagen Sportkumpel des Tenno, verrät Janssen nur zögerlich und mit gesenkter Stimme. Obwohl es dem Kaiser wohl nicht zu Ohren kommen wird.

Ebenso wenig wie Janssen Versuche, sich gegen die gängigen Klischees zu wehren, wenn es um die Unterschiede zwischen Deutschen und Japanern im Geschäftsleben geht. „Je länger ich hier bin, desto mehr habe ich den Eindruck, dass sich die Menschen und ihre Verhaltensweisen ähneln", sagt er. Dass japanische Geschäftmänner schon mal einschlafen beim Meeting, stellt er nicht in Abrede. Aber dafür haben die Deutschen andere Eigenheiten.

In der globalisierten Welt entdeckt Janssen die Unterschiede sowieso eher darin, aus was für einem Unternehmen seine Gesprächspartner kommen. Leute aus Großkonzernen verhalten sich meist gleich und meist anders als jene aus dem Mittelstand, sagt er.

Vielleicht bei der Risikoeinschätzung kann man noch Unterschiede zwischen Deutschen und Japanern erkennen, erläutert Janssen. Während der Deutsche systematisch analysiere und dann seinen eigenen Weg gehe, arbeite der Japaner topologisch, er denke in Bildern und orientiere sich stärker an seinem Umfeld und den dort angebotenen Lösungsmustern. „Das hängt wahrscheinlich mit der Schriftsprache zusammen, die ist ja auch bildhaft."

Außerdem basiert für Janssen die japanische Geschäftskultur stärker als die deutsche auf dem Prinzip eines fairen Ausgleichs. „Deshalb schafft man als Anwalt in Japan auch großes Vertrauen, wenn man Gestaltungsvorschläge macht, die auch die Interessen der anderen Partei berücksichtigen."

Janssen, das merkt man, schätzt dies, es kommt seinem Selbstverständnis als Anwalt entgegen. Wie er überhaupt das Wesen der Japaner schätzt, ihre Bescheidenheit, ihre Offenheit und Flexibilität. Zwei Mal allerdings hat er ernsthaft darüber nachgedacht, Tokio und Japan wieder zu verlassen. Das erste Mal Ende der 80er Jahre, in den Zeiten der „Bubble", als der aufgeheizte Aktien- und Immobilienmarkt die Japaner nicht nur reich, sondern auch „unerfreulich arrogant" machte, wie Janssen sagt. Doch mit dem Platzen der Blase 1990 und dem finanziellen Absturz war auch diese „Hybris" schnell vorbei. Das zweite Mal war er zur Abreise bereit nach dem verheerenden Erdbeben bei Kobe im Jahr 1995, als knapp 3 000 Menschen verbrannten, weil Japan glaubte – so sieht es Janssen –, sich nicht genügend Löschflugzeuge leisten zu können. „Da wollte ich wirklich weg."

Doch auch dieses Mal blieb er, und längst scheint wieder alles gut – die Zigarre schmeckt, der Kellner schenkt zum wiederholten Male Rotwein nach, und zum wiederholten Male klingelt das Telefon. Diesmal ist es allerdings nicht Janssens Büro, sondern seine Ehefrau.

Seit 1992 ist er mit einer chinesischen Opernsängerin verheiratet, er spricht mit ihr chinesisch, gemeinsam haben sie eine zwölfjährige Tochter. Janssen ist spürbar begeistert von der Gattin, so begeistert, dass der Besucher gleich ungefragt ihre neueste CD in die Hand gedrückt bekommt.

Steht noch Janssens Erkenntnis im Raum, dass die Japaner mehr Mango und weniger Banane sein sollten. Ja, warum eigentlich? „Man hört den Spott anderer Asiaten über Japaner, sie wollten ‚Banana' sein, nämlich außen gelb und innen weiß", sagt Janssen. „Ich empfehle den Japanern, ‚Mango' zu werden, also außen gelb, innen gelb, weiche Schale, harter Kern – so werden sie Stars, auch in Asien."

MARKUS JANSSEN

1956 wird Markus Janssen am 6. April in Köln geboren. Er studiert Rechtswissenschaften in seiner Heimatstadt, für die Referendarzeit geht er dann nach Berlin.

1986 zieht es ihn nach Japan. Janssen hat ein Stipendium des Deutschen Akademischen Austauschdienstes bekommen. Er lernt japanisch, absolviert mehrere Praktika bei verschiedenen Banken in Japan und erhält schließlich einen Job bei der Niederlassung der Westdeutschen Landesbank in Tokio. Dort ist er für die Produktentwicklung zuständig. Die auf Umweltrecht spezialisierte Berliner Kanzlei Gaßner, Groth, Siederer, die er mitgegründet hat, hat Janssen mittlerweise verlassen.

1990 wechselt Janssen zu der ältesten in Japan tätigen Anwaltskanzlei mit deutschen Wurzeln, der Sozietät Sonderhoff & Einsel.

1992 heiratet der Rechtsanwalt eine chinesische Opernsängerin. Mit ihr hat er eine zwölfjährige Tochter.

1997 geht er zur Kanzlei Haarmann, Hemmelrath und Partner. Dort wird er Managing Partner des Tokioter Büros. Vier Jahre später macht sich Janssen selbstständig. Seine Kanzlei firmiert unter Janssen Foreign Law Office und arbeitet als assoziiertes Büro der japanischen Kanzlei Komatsu, Koma & Nishikawa.

2007 tritt Janssen mit dem gesamten Team seiner Kanzlei und einer Gruppe aus der Sozietät seiner japanischen Partner bei der US-Kanzlei Baker & McKenzie ein. In deren Tokioter Büro trägt er den Titel eines Principals.

SIE SUCHEN FÜR IHRE KUNDEN NUR DAS BESTE? WIR AUCH.

Salans zählt mit über 800 Rechtsanwälten und Steuerberatern an 20 Standorten zu den führenden europäischen Sozietäten. Mit einem eingespielten Team in Berlin sind wir 2006 in den deutschen Markt gestartet. Seither ist die Zahl unserer Berater stetig gestiegen – und mit ihnen die Zahl der Unternehmen, die uns ihre anspruchsvollen Mandate anvertrauen. Im Juli 2008 haben wir unser Büro in Frankfurt a. M. eröffnet – für noch mehr Nähe zu unseren Mandanten und ihre bestmögliche Beratung.

Salans LLP Rechtsanwälte Steuerberater
Arbeitsrecht | Bank- und Finanzrecht | Gesellschaftsrecht | Immobilienwirtschaftsrecht | Kartellrecht | M&A / Private Equity | Medizinrecht | Privatisierungen | Projektfinanzierung / Leasing | Prozessführung | Sanierung / Restrukturierung | Steuerrecht |

Salans GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Steuerberatungsgesellschaft
Wirtschaftsprüfung und prüfungsnahe Beratung | Unternehmenskauf und -verkauf | Corporate Finance | Steuerberatung für Unternehmen | Restrukturierung von Unternehmen | gezielte Steuerplanung (international in Kooperation mit Salans LLP)

Berlin
Markgrafenstraße 33
10117 Berlin
T +49 (0) 30 264 73 0
berlin@salans.com

Frankfurt
Pollux / Platz der Einheit 2
60327 Frankfurt am Main
T +49 (0) 69 45 00 12 0
frankfurt@salans.com

SALANS
www.salans.com

BERLIN FRANKFURT PARIS LONDON NEW YORK SHANGHAI HONG KONG MOSKAU ST. PETERSBURG WARSCHAU PRAG BRATISLAVA BUKAREST MADRID BARCELONA BUDAPEST KIEW ISTANBUL ALMATY BAKU